УДК 81-116.6

С. В. Сахневич

Филиал МГГУ им. М. А. Шолохова в Балабаново
ул. Гагарина, Балабаново, 249000, Россия

crash68@yandex.ru

РЕКОНСТРУКЦИЯ ТИПОЛОГИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ АДРЕСАТА ПЕРЕВОДНОГО ТЕКСТА НА ОСНОВЕ ВЫСКАЗЫВАНИЙ ПЕРЕВОДЧИКОВ ГЛОБАЛЬНОГО МИРА

Общественные факторы влияют на то, как развивается перевод, потому что любое событие в общественной жизни людей, неизбежно разделяя их, одновременно разделяет и потребителей перевода на непохожие друг на друга сегменты. Переводчики, однако, замечая в истории перевода лишь историю идеологических разногласий между самими переводчиками, рассматривают необходимость подбора метода перевода в соответствии с типом потребителя перевода как прихоть переводчика, а не как требование современного этапа перевода, достигшего очередной вехи в своей эволюции.

Ключевые слова: возрастная дифференциация адресата, историческая дифференциация наименований адресата, клиентоориентированный перевод, социокультурная дифференциация адресата, социолектная дифференциация адресата, социокультурная фрагментированность, политико-идеологические и субкультурные сегменты адресата, сегменто-ориентированные стратегии перевода, социолингвистическая сегментация.

Актуальность данной статьи заключается в том, что она выдвигает гипотезу о том, что ряд общественных факторов – культурных, идеологических и других – ведут к определению «потребителя перевода» как представителя узкого общественного сегмента и дальнейшей его дифференциации [Сахневич, 2014. С. 192].

Если переводчик хочет совершенствовать свою деятельность, обогащая теорию перевода информацией о потребителях перевода, он должен признать **противоречие** между желанием потребителя перевода получить тот перевод, который хочет потребитель, и отсутствием понимания среди переводчиков и теоретиков перевода того, что дело не только и не столько в характере подлинника, а в том, какие требования предъявляются к переводу со стороны конкретного неповторимого потребителя (ср. [Апт, 1965. С. 491]). Данное противоречие предопределило **проблему**: найти способ, который позволит донести до переводчиков-практиков идею о том, что необходимость учета нужд потребителей перевода является не очередной абстрактно-теоретической истиной, а результатом действительной общественной эволюции, неотъемлемой частью механизма которой является и перевод.

Объектом исследования в статье является перевод в своей прагматико-исторической перспективе, а **предмет**ом – перевод в контексте общественных изменений, которые ведут ко все более индивидуализированной дифференциации его адресата и, следовательно, к сегментации переводческого рынка.

Цель статьи: проследить, в результате каких общественных факторов возникло ориентирование перевода на потребителя и, доказав их историческую и прагматическую связь, определить основные компоненты

Сахневич С. В. Реконструкция типологии потребностей адресата переводного текста на основе высказываний переводчиков глобального мира // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. Т. 13, вып. 2. С. 77–87.

ISSN 1818-7935
Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. Том 13, выпуск 2

стратегии так называемого «клиентоориентированного перевода».

Необходимость ориентировать перевод на его потребителя не является, как мы полагаем, результатом одного лишь волевого усилия со стороны переводчика. Ранее часто утверждали, что в основе такой необходимости лежит недовольство работой переводчика со стороны потребителя перевода. Эта точка зрения распространена еще и теперь. Но это скорей внешние симптомы очень серьезной проблемы. Наш главный тезис состоит в том, что необходимость учитывать дифференциацию нужд потребителя перевода является результатом действия глобальных общественных факторов.

К таким глобальным общественным факторам можно отнести нарастающую неоднородность населения или его социокультурную фрагментированность, проявляющуюся в самых различных социальных формах таких как забота о детях и инвалидах. Вне всякого сомнения, борьба наций за господство в мире и борьба классов за обладание властью, с одной стороны, и борьба с расизмом, сексизмом и национализмом, религиозной нетерпимостью и тоталитаризмом, борьба самых различных меньшинств за свои права, с другой, навсегда поменяли облик планеты, радикально дифференцировали ее социокультурный «пейзаж». А распространение культуры и передача опыта и ценностей от старшего поколения к младшему – на фоне перехода от этноцентричного общества к глобальному – ставят перед обществом такие уникальные задачи, с которыми оно еще никогда не сталкивалась.

Обозначенные общественные процессы всегда приводили в действие процессы переводческие. В середине XIX века, с точки зрения классового состава, среди украинцев превалировал простонародный читатель. На основе данной информации, Н. Костомаров рекомендовал для украинцев перевод сербских народных песен, а не переводы Шекспира (цит. по [Кочур, 1968. С. 31]). Фактор первого и второго языка тоже имеет значение – в современном мире, с языковой точки зрения, существуют около 1 миллиарда 200 миллионов говорящих на английском языке, но только 350 миллионов являются носителями языка. Это означает, что мы должны принять во внимание те лингвистические и культурные особенности, которые свойственны для остальных 850 миллионов говорящих на английском языке (ср. [Byrne, 2006. P. 62]). Важен даже стилевой фактор. Например, непринужденный стиль на юго-западе Америки контрастирует с преобладанием формального на северо-востоке. Но этого не учли, например, при переводе голландские переводчики, равно как и того, что Америка не является однородной и с точки зрения бизнеса – оборудование по тяжелой металлургии в основном продается на северо-востоке и Среднем западе, а компьютерная индустрия сконцентрирована в калифорнийской «Силиконовой долине» и в Новой Англии. Голландские переводчики думают, что в Нью-Йорке, Хьюстоне и Лос-Анджелесе языковая ситуация такая же однородная, как в Амстердаме. В результате, согласно исследованиям компании English Text Company, перевод голландских бизнес-текстов голландскими переводчиками на английский язык не всегда обеспечивает эффективное международное общение, будучи менее информативным из-за невнимания к *лингвостилевой локализации*, чем тот, что выполнен американскими, т. е. местными переводческими компаниями [Сахневич, 2014. С. 11-12], лучше представляющими себе особенности социолингвистического сегментирования реципиентов перевода.

Как мы уже упомянули, социокультурная фрагментированность населения часто приводит к борьбе самых разнородных сегментов – национальных [Липкин, 2007. С. 124], религиозных [Валеев, 2012. С. 124] и сексуальных меньшинств [Кондаков, 2012. С. 85]. Существуют также различные сегменты, представленные родителями детей [Де Моз, 2000. С. 32], феминистками [Гиллиган, 2000. С. 167] и некоторые другие. Они отстаивают свою свободу от чуждых им идеологий или точек зрения, и перевод на потребителя «шагает в ногу» с этой борьбой.

Еще в конце прошлого века, в Армении, армянские переводчики использовали перевод на потребителя для достижения этнонациональных политических целей. Брались актуальные тексты об освободительной борьбе болгарского народа [Вазов, 1965. С. 214], и переводились с расчетом на определенного потребителя – народ, который тоже ведет освободительную борьбу. Например, переводили произведения болгарских писателей Л. Каравелова, З. Стоянова, И. Вазова, направленных против турецкой

реакции. Переводы как бы призывали армянских читателей следовать примеру болгар и имели целью активизировать борьбу армянского народа за свое освобождение. В силу этого многие названия и имена были арменизированы [Мкртчян, 1970. С. 42–43].

Примерно с этими же целями в эпоху чешского национального возрождения, предполагавшего освобождение от немецкого культурного доминирования, использовались переводы-фарсы для того, чтобы самим названием привлечь широчайшие слои к чтению на чешском языке и к посещению чешских спектаклей. При переводе с немецкого языка, придумывались как можно более крикливые названия вроде «Шнап, Лап, Шнура», «Гонза-поросенок, или Висельник кается вместе со своей женой», а перевод «Найденыша» Байярда переделали в «Пражского озорника» [Левый, 1968. С. 456].

В самой Германии во времена тридцати шести князьков, курфюрстов и эрцгерцогов требовалось, как говорит А. Арго, подзадорить, подбодрить, а может чуточку подразнить и заразить духом революционной эпохи многотерпеливого, забитого, полусонного нарицательного Михеля в традиционном колпаке и с трубкою в зубах, который олицетворял придавленных обывателей. Перевод для целевого политико-идеологического сегмента выполнил данную задачу [Арго, 1959. С. 296].

XX век стал веком заботы о ранимой детской психике только после того, как общество, с точки зрения отношения к детям, эволюционировало от «эпохи детоубийства» (с древности до IV в. н. э., которая характеризовалась массовым убийством детей из-за того, что родители не могли или не хотели кормить и воспитывать своих детей) к «эпохе отказа от детей» (IV–XIII века н. э., для которой характерно возрастание удельного веса нематеринского и несемейного воспитания детей, например, отправление к кормилице, в монастырь или на воспитание в другую семью). Затем настала эпоха «амбивалентного воспитания» (XIV–XVII вв., для которой было характерно желание родителей «отлить» из ребенка, как из мягкого воска, определенную форму, востребованную обществом), на смену которой пришла эпоха «родителей-диктаторов» (XIX век и до наших дней, которая характеризовалась навязчивым стремлением родителей полностью контролировать не только поведение, но и внутренний мир ребенка). Сейчас мы наблюдаем распространение идеи родителя-помощника, основой которой является допущение о том, что ребенок лучше, чем родитель, знает свои потребности и что родители могут только помогать своему чаду в их реализации [Де Моз, 2000. С. 32].

Эти «детско-родительские» потребности нужно учитывать при переводе литературных произведений для детей. Например, нужно обязательно учитывать возраст потребителя перевода для того, чтобы не ввести в текст перегруженные ассоциациями и чрезмерно усложненные образы, эпитеты, сравнения, выражения и т. д. Возьмем перевод И. Мазнина с белорусского на русский язык следующего детского стихотворения Веры Вербы «Чапаев»:

«В бой ведет чапаевцев
Славный командир,
За идеи Ленина,
За свободный мир!»

Литературно в нем все вроде бы правильно, однако маленький читатель не поймет смысла выражения «За идеи Ленина». Или, другой пример, сможет ли ребенок воспринять следующий образ: «Высоко в зените апрельские трубы звенят не смолкая!», который встречается в переводе поэмы Кастуся Киреенки «Пролеска», выполненном Д. Осиным [Литвинов, 1976. С. 34–35]? Вряд ли кто-нибудь решится предложить полный, адекватный, реалистический перевод «Гаргантюа и Пантагрюэля» детям среднего школьного возраста. Для этой группы читателей, некоторые произведения, написанные для взрослых, должны, издаваться в вольном, адаптированном переводе [Коптилов, 1973. С. 261]. Заботясь о различных потребителях перевода, советские издательства «Художественная литература», «Наука» и «Детгиз», рассчитанные на разные контингенты читателей, предъявляли к переводу поэзии различные требования, что было отмечено в свое время английской переводчицей А. Паймен [1965. С. 377].

Необходимость обретения всеми людьми полноценных прав потребовало от общества в целом [Пеньковская, 2013. С. 200], и от переводчиков в частности, обратить внимание на то, что потребителям перевода дорого и интересно. В результате, субкультурный сегмент сексуальных меньшинств

получил адекватное описание мужской сексуальности в романах Гарсиа Лорки, когда их перевод осуществил американский переводчик Джек Спайсер [Flotow, 2007. P. 103], а сегменто-ориентированные стратегии перевода позволяют феминисткам всех стран донести до общества свои идеи [Flotow, 1991. P. 78–80].

Такой фактор, как забота общества об инвалидах также отразилась на работе переводчиков, выделивших их в специфический социолектальный (социолингвистический) сегмент. В австрийской провинции Стирия инвалиды получили перевод текстов со сложного немецкого языка на простой немецкий язык, потому что австрийское агентство по оказанию услуг в области общения Capito3 осуществляет внутриязыковой перевод с юридического немецкого языка на немецкий язык, который является более легким для понимания [Schmid, 2011. P. 13–14]. О социолингвистической дифференциации переводческих задач можно говорить и на китайском примере, имевшем место еще ранее, где при помощи перевода «на потребителя» китайские специалисты по переводу Лу Синь и Цюй Цю-бо обеспечивали народные массы Китая и молодежь переводом на разговорном языке китайцев, то есть на том самом «простом» языке, на котором они высказывают свои мысли, а не на безусловно правильном и безусловно литературном стиле байхуа [Лу Синь, Цюй Цю-бо, 1975. С. 359–360, 365].

В современным обществе ведется борьба с такими явлениями как расизм [Бунак, 1938. С. 15–16], сексизм [Лорбер, Фаррелл, 2000. С. 189] и национализм [Липкин, 2007. С. 124]. И если переводчики не улавливают эти веяния и не идут в ногу со своей эпохой и не реагируют избирательно на различные социокультурные ожидания, результатом может стать такая ситуация, как недовольство некоторых родителей в Испании тем, что переводчики не устранили расистское и сексистское содержание некоторых произведений Роальда Даля, где встречаются имена для подчеркивания мужского доминирования, намеки на врожденное господство и превосходство морали мужчин, вертикальная иерархия людей с темной кожей превосходство европейской культуры над любой другой культурой, сугубо сексистское описание эгоистичной испорченной девчонки, неспособной контролировать себя. В переводе встречается жадный немец, выделяемый среди других из-за своей национальности [Dahl, P. 2, 16-19]. В произведениях Энид Блайтон, к примеру, в переводе встречается девочка, которая не хочет быть девочкой [Blyton, Famous Five 01, P. 11] и гордится, когда ей говорят, что из нее вышел бы настоящий мальчик [Blyton, Famous Five 06, P. 6]. Также мы сталкиваемся с употреблением оскорбительных слов в отношении афроамериканцев [Cash, P. 4] и с описанием отца, который всегда делает мужскую работу [Blyton, Famous Five 08, P. 39], курит трубку, в то время как женщины кухарничают [Blyton, Famous Five 13, P. 29] и носят мужчинам тапки [Blyton, Famous Five 04, P. 53].

Потери от проявлений расизма, сексизма и национализма может нести и бизнес. В сети австралийских супермаркетов Aldi, всего неделю спустя после поступления, из продажи, были изъяты книги Revolting Rhymes – сборник стихотворений для детей, написанных Роальдом Далем. Причина недовольства кроется в содержании печатного издания. Оказывается, одно из стихотворений содержит непристойное слово slut, которое может быть понято по-разному. В первом случае оно означает – неопрятная женщина, а во втором – женщина, склонная к промискуитету [Гриффитс, 2014]. По этой причине Тони Саммерфилд, глава Общества Энид Блайтон, одобряет действия издательства Hodder Children's Books по удалению таких слова как gay or queer, которые со временем стали оскорбительными или приобрели другие значения или расистские оттенки [Flood, 2010]. В Израиле произведения Роальда Даля были впервые переведены в 1977 году компанией Zmora-Bitan Publishers, но в 2016 году, в день столетия со дня его рождения, компания решила заново перевести некоторые из его книг, содержащих шовинистическое отношение к реальности [Sela, 2014].

Переводы Библии всегда были центром религиозных конфликтов и примирений, содействовали появлению новых религиозных течений и даже провоцировали смену государственного устройства [Мецгер, 2002. С. 290-295]. Так, в ходе ожесточенного сопротивления протестантизму и Реформации, католическая церковь, наряду с организацией новых религиозных орденов, инквизиции, книжной цензуры, также запрещала

осуществление понятного для простого верующего перевода Библии. Оберегая фундаментальную веру, Папа Римский Сикст V сказал тогда, что правильным переводом Библии может являться только один вариант перевода, иначе «…наших верующих будут поить сывороткой вместо молока, и желчью дракона вместо вина…» [Sixtus V, 2006. С. 117]. Однако Мартин Лютер, свободный от всякого преклонения перед Вульгатой, осуществил перевод Библии, ориентированный на язык простого потребителя [Фокс, 2009. С. 51]. Лютер был привержен принципу приближения текста к основной массе читателей и всегда призывал «…спрашивать, как осуществить тот или иной перевод не у приверженцев буквального латинского языка, а у потребителя этого перевода – матери, работающей у себя дома, у детей, играющих на улице, у простолюдина на рынке…» [Luther, 1998. С. 9].

Уильям Тиндейл (1494–1536), осознав, что при помощи непонятного для простого народа перевода Библии католические священники скрывают от этого народа Слово Божье [Фокс, 2009. С. 46-50], решил упростить библейский текст, устранив из него лингвистические средства возвышенного и формального стилей: артикли, когда речь шла об уникальных объектах; причастия; сложное дополнение с инфинитивом или герундием; слова, несущие примерно одинаковое значение; придаточные подлежащего и расщепленные конструкции [Сахневич, 2014. С. 153].

Полсотни лет спустя после того, как Уильяма Тиндейла сожгли на костре за упрощенный перевод Библии, под влиянием его деятельности, католическая церковь выпустила Библию Дауэй-Рэймс, в котором текст был все-таки упрощен. Но этот текст опять оказался непонятным для простых людей. Это и сподвигло короля Иакова в начале XVII века запустить новый проект по переводу Библии [King James, 2006. С. 115]. В ней устранялись расплывчатые выражения, пассивные конструкции, заменялись переходные глаголы, имеющие идентичное прямое дополнение, на глаголы, представленные одним словом, устранялись причастные конструкции, формальный глагол меняется на фразу или неформальную фразу, не использовались единообразные фразовые обороты, повторяющиеся слова, инверсия и образные сравнения [Douay-Rheims Bible, 2008. P. 115].

Роль ориентированного на потребителя переводчика оказалась ключевой и при переводе Нового Завета Епифанием Славинецким на новый славянский язык. Перевод, выполняемый Епифанием, вполне удовлетворял нуждам верующих людей, но, на определенном этапе, Епифания заменили его ученики. Перевод, осуществленный ими, оскорбил убеждения русских людей и их преданность греческому Православию [Фирсов, 1751]. Как выяснилось позже, при замене переводчика не было учтено, что, во-первых, еврейский язык на высоком уровне знали только Иероним, Ориген, Ефрем, Сирин и Епифаний, и во-вторых, ученики Епифания уже были подвержены влиянию латинской Вульгаты, и это негативно сказалось на переводе Нового Завета [Мецгер, 2002. С. 231].

Внедрение в российский быт западной культуры в России стало еще одним толчком к развитию перевода на потребителя. В период царствования Екатерины II становится признаком хорошего тона знакомиться с идеями эпохи Просвещения, с работами Руссо, Вольтера, Гельвеция, Дидро, Мабли, Рейналя. В качестве переводчиков Вольтера, например, выступали видные писатели, такие как Фонвизин, Херасков, Сумароков, Богданович и Княжнин. Последний осуществил в некотором условном смысле «клиентоориентированный» перевод трагедии «Ольга», который представлял собой вольный перевод-переделку трагедии Вольтера «Меропа» с переносом действия в древнюю Русь [Кулакова, 2004. С. 39]. Херасков, переводя Анакреона, не переводит, а пишет свои собственные стихи, совсем не похожие на греческие оригиналы, и развивает в них моралистические суждения, которые адресуются избранному женскому сегменту читателей, обозначенных словами «разумная россиянка» [Западов, 2004. С. 18]. Поэтому, неудивительно, как говорит М. Л. Гаспаров, что «…XVIII век был периодом перевода, приспосабливающего подлинник к привычкам русского читателя – и в метрике, и в стилистике, и даже в содержании: грань между подлинником и подражанием-переработкой была почти незаметна. Также эпохой приспособительного перевода, предельной точкой которого были, пожалуй, курочин-

ские переводы из Беранже» [Гаспаров, 1971. С. 108–109].

Мировоззрение и идеологии XIX века – борьба рас за господство в мире и борьба классов за обладание властью – оказались более весомы нежели принципы других идеологий, в результате чего расизм и коммунизм стали главенствующими в XX веке [Arendt, 2002. С. 218]. Перевод на потребителя – сегмент «тех, которые еще не приняли эту главенствующую идеологию», – помогал внедрять эти господствующие идеологии в литературу в пору шествия по планете тоталитарных режимов: в нацистской Германии, фашистской Италии, Испании, Португалии и в Бразилии период правления военной хунты в Бразилии с 1964 по 1989 г. [Schaffner, 2007. С. 138].

Во времена СССР, в период начала дружбы с Индией, требовалось обеспечить советского читателя представлением о реальной Индии, ее древних обычаях и философии, а не об условной Индии современников Жуковского, не о романтических отношениях влюбленных в индийскую жизнь, своеобразно отраженных в эпосе. Советские переводчики справились с этой задачей, переводя так, как этого хотелось советскому правительству [Липкин, 1964. С. 16].

Конец XX века и начало XXI века было ознаменовано исчезновением тоталитарных идеологий и движением к глобализации мира [Лапшин, 1991]. Однако влияние этих идеологий до сих пор чувствуется в ряде произведений, заставляя, например, некоторых родителей в Испании обеспокоиться тем, что идеологическое содержание детских книг, выпущенных в ГДР, может развить у детей однобокое – прокоммунистическое – понимание окружающего мира [Lathey, 2009. P. 32–33].

В рамках движения к глобальному миру, вышла Программа Европейского Союза «Развей туман», которая предписывает, как некогда Мартин Лютер, упрощать язык и стиль текста ради потребителя перевода, тем самым сделав его более понятным [Schmid, 2011. P. 13–14]. Программа предписывает, что переводчик должен учитывать нужды и потребности читателя, по этой причине делая перевод кратким и, прежде всего, несущим смысл, чему не способствуют употребление большого количества существительных, форм в страдательном залоге, ложных друзей переводчика, жаргонизмов и аббревиатур. Документ настолько радикален, что там звучит термин tailor-made – букв. «сшито по заказу», т. е. «клиентоориентированный» [Wagner, 2010. P. 4–5].

Другим следствием глобализации является внедрение современной западной рациональности в быт и уклад народов мира. И часто это приводит к конфликтам, потому что когда современная западная рациональность привносится в «примитивные» с европоцентричной точки зрения «племена». Вторгаясь при этом в радикально чужеродный контекст и выполняя неоколонизаторскую функцию, она опирается на свой культурный материал, существенно отличающийся по имманентному ему символическому и политическому статусу [Bohannan, 2006. P. 366–375]. Перевод, принимающий в данном случае форму культурального, служит здесь буфером, часто способствуя примирению. Поэтому, Талал Асад, профессор антропологии из Городского университета Нью-Йорка, считает, что культуральный перевод, рассчитанный на конкретного этнокультурного потребителя, является необходимым условием мира [Asad, 2006. P. 494].

Распространение культуры массовым тиражом стало, пожалуй, наиболее радикальным толчком к стратегии перевода, который мы называем «клиентоориентированным». Джон Дьюи, человек, который принадлежит XX веку, призывал сделать культуру массовой, не запирая ее в музеи и галереи. Он презирал идею общества как «эффективного предприятия», где все, что мешает эффективному производству, должно быть вынесено за пределы данного социума. По Дьюи, картины и скульптуры должны быть на фабрике и на улице, в офисе и на складе [Dewey, 1980. P. 8–10], размещая культуру, таким образом, рядом с человеком, перемещая ее из зоны элитарности к зоне демократичности [Гуревич, 2001. С. 142].

Перевод шел в ногу и с этим процессом. Британской переводчице текстов на русский язык А. Паймен удавалось распространять русскую и советскую культуру массовым тиражом, делая произведение доходчивым для «читателя без специальной подготовки» [Паймен, 1965. С. 377], а Самуил Маршак внес значительный вклад в укоренение старинных сонетов Шекспира в литературной жизни нынешнего поколения, говорящего на русском языке [Костецки, 1976. С. 468–469]. На сегмент «читателя без специальной

подготовки» ориентировал свой перевод и Абай Кунанбаев, когда он, как писал М. Каратаев, приблизил любовь, описанную в «Евгении Онегине», к представлениям «казахских студентов, не специализирующимся в языках», переведя отрывки из романа путем «вдохновенного пересказа» великой и цельной любви. Мухтар Ауэзов, по словам того же литературоведа, подчеркивал и необходимость, и историческую оправданность таких стратегий перевода, учитывающих социокультурную и языковую сегментацию читательской аудитории [Каратаев, 1962. С. 230].

Внутри массовой культуры формируются различные субкультуры, которые, образуя единое целое с обществом, постоянно взаимодействуют друг с другом, в результате чего отмечаются динамические изменения и постоянная наработка новых культурных практик [Духова, 2012. С. 27]. Если переводчики, представители традиционной культуры, не будут знакомы с субкультурами тех, для кого они переводят и не выделят в общенациональном адресате субкультурные переводческие сегменты, то может возникнуть ситуация культурного диссонанса. Так, например, перевод фильма «Властелин Колец» привел в ужас японских любителей этого фильма своим несоответствием субкультуре части японской молодежи, хотя, с точки зрения лингвистической, перевод был выполнен на высоком уровне [O'Connell, 2007. P. 128]. Японские почитатели Толкина создали в интернете свое лобби и писали петиции с жалобами на «нетолкиновское» качество перевода дистрибьютерам фильма и лично продюсеру фильма Питеру Джексону [Там же].

Традиционно считается, что ключевым общественным фактором, влияющим на историческую динамику перевода и появление повторных версий знаковых оригиналов, является передача опыта и ценностей от старшего поколения к младшему [Суханов, 1976. С. 13–14]. По мнению Л. Мартынова, особая роль в этом процессе принадлежит переводчику, который есть человек *своего* времени и который переводит *от себя* и *для своих современников.* К тому же, переводчик не должен бесстрастно воспроизводить подлинник [Эткинд, 1970. С. 62], замечая непрерывную переоценку ценностей на всех этапах истории развития человеческого общества.

Действительно, люди смотрят на переводы, сделанные в прошлом, глазами современности, и их не удовлетворяют даже классические образцы предшественников, и они переводят вновь, внося свою идейную интерпретацию, свое эстетическое понимание идеала. С ним согласен, в принципе, А. Гусейнаев, говоря о переводе «Витязя в тигровой шкуре» Руставели и «Божественной комедии» Данте на русский язык. Он отмечает, что при всем величии подвига М. Лозинского, его слог порой тяжел, встречаются не всегда удачные «неологичные» деепричастия на старославянский лад [Гусейнаев, 1974. С. 35]. То же говорил А. Гатов. Во времена СССР, в 1964 году существовал этап, когда требовательного читателя уже не удовлетворяли тот уровень и те методы, которыми довольствовались в тридцатые, когда художественный перевод ограничивался лишь общим знакомством с литературами народов СССР [Гатов, 1964. С. 364]. В. Брюсов считал, что нужно сделать так, чтобы современные переводы удовлетворяли «массового читателя» следующего поколения, высказывая мнение о том, «…что теперь многим малодоступно, через несколько десятилетий должно быть доступно для самых широких кругов…» [Гаспаров, 1971. С. 113]. А. Шатирян связывал появление повторных переводов с противоречивостью переводного произведения, из-за чего они стареют быстрее подлинников [Шатирян, 1977. С. 401]. Эти высказывания справедливы, но в наше время, динамика и структура переводческой деятельности в значительной степени формируется, как мы попытались показать выше, *социокультурной дифференциацией адресата* (потребителей перевода), приводящей к дроблению относительно единого общенационального культурного пространства переводного текста на различные «потребительские» сегменты, основные типы которых также были намечены выше.

Интересно в этой связи проследить хронологически эволюцию русскоязычных наименований потребителя перевода на протяжении всей истории перевода вплоть до нынешних времен. Если сначала потребителя перевода называли в обобщающем смысле, именуя его «простолюдинами», «народом», «обывателем», «читателем, «зрителем», «массовым читателем, «читающей публикой», «широчайшими слоями населения», то ближе к XX в. идентифицирующие наименова-

ния стали приобретать ограничительные уточнения, придающие им все более специализированный характер: «советский читатель», «современный читатель», «разный читатель», «русский читатель», «маленький читатель, «читатель без специальной подготовки»; «современник», «нынешнее поколение», «следующее поколение», «ребенок», «наша публика»; «армянский народ, «народ, который ведет освободительную борьбу»; «говорящие на английском языке», «студент», «студенты, не специализирующиеся в языках». Ближе к XXI в., сегментация потребителей переводного текста по различным социокультурным и социолингвистическим признакам становится еще более дифференцированной, а фрагментированность общекультурного пространства возрастает. В результате, наименования различных сегментов потребителей переводного текста становятся еще более узкими (допуская, однако, всевозможные пересечения, сильно усложняющие общую картину субкультурного дробления): «верующие», «инвалиды», «инженеры», «преподаватели», «работники министерства», «ученый круг», «историки литературы», «историки перевода», «сексуальные меньшинства», «феминистки» и т. д. Потребителя перевода определяют как «представителя целевой культуры» к началу восьмидесятых годов XX в. [Stenzl, 1983. P. 48]. Сейчас же, по нашему мнению, социокультурная дифференциация потребителя перевода стала настолько дробной, что его можно определить как «представителя целевой субкультуры».

Определения потребителя перевода, как было показано в работе С. Сахневича «Отсутствие перспектив развития перевода как искусства в эру маркетинговой компании» [Сахневич, 2014] меняются в соответствии с нуждами и потребностями конкретного потребителя. Если в эру производства это был «перевод для читателя», то в эру бизнес-компании – «перевод для заказчика». Термин «заказчик», конечно, далеко не нов, он активно используется сторонниками скопос-теории, разработанной Гансом Фермеером и Катариной Райс. Настаивая на смещении акцента переводческого внимания с исходного текста на текст перевода, эта, несомненно, радикальная теория допускает, что иногда текст оригинала вообще не задает стандартов и требований к переводной версии и что переводчик имеет право «самостоятельно создать» на его базе *свой* текст, руководствуясь знанием цели или указаниями заказчика.

Радикализм установок скопос-теории чреват, однако, возвратом эры переводческого произвола. К тому же переводчик, о котором мы пишем в статье и которого имеют в виду цитируемые нами переводоведы, писатели и литераторы, никогда, в отличие от представителя переводческого агентства, «не видит в лицо» своего читателя, он для переводчика фигура не реальная, а абстрактная, заказчик в переносном смысле, а не прямом. Поэтому верное решение состоит в том, чтобы соединить конкретного получателя текста перевода с переводчиком через создание типологии потребностей адресата ПТ на принципах дифференциации и сегментации потребителей перевода на что было указано еще в 90 годах прошлого века в [McCarthy, Perreault, 1990. P. 82–85]. Мы не можем еще дать «правильное» названием каждому сегменту потребителей, такое, которое отражало бы их определяющие требования к переводу и служило бы надежным указанием-заказом для «клиентоориентированного» переводчика. Мы надеемся, однако, что приведенный обзор исторических свидетельств о потребностях адресата и выделенные нами на их основе типы социокультурной (субкультурной) дифференциации представляют собой шаг в верном направлении. Это и есть та самая «клиентоориентированная» информация о потенциальных потребителях перевода и их возможной реакции на то, что им предлагают, о которой говорят в виде пожелания Э. Маккарти и В. Перро [McCarthy, Perreault, 1990. P. 132].

Подчеркнем еще раз, что, в целом, отказ учитывать нужды потребителей перевода при переводе фактически означает игнорирование тех общественных факторов, которые действуют и продолжают действовать в нашем обществе, и неотъемлемой частью которых является сам перевод. Это вдвойне важно, потому что общество продолжает меняться, а значит, продолжают меняться нужды потребителей перевода, на которые переводоведение должно адекватно реагировать.

Список литературы

Апт С. От святого Иеронима до электронной машины // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. К. И. Чуковского. М., 1964. Вып. 4. С. 489–495.

Арго А. Факты и выводы // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. П. Г. Антокольского. М., 1959. Вып. 1. С. 295–304.

Бунак В. В. Раса как исторические понятие // Наука о расах и расизм: Сб. науч. ст. / Под ред. М. И. Плисецкого. М., 1938. Вып. 4. С. 5–46.

Вазов И. Под игом. София: Българскн писател, 1965. 254 с.

Вайль П., Генис А. 60-е. Мир советского человека. М.: Новое литературное обозрение, 1998. 368 с.

Валеев Р. М. Международная защита прав человека на свободу совести и религии // Вестн. Волж. ун-та им. В. Н. Татищева. Серия: Право. 2012. Вып. 2 (76). С. 122–126.

Гаспаров М. Л. Брюсов и буквализм (по неизданным материалам к переводу «Энеиды») // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. А. Гатова. М., 1971. Вып. 8. С. 88–128.

Гатов А. Споры по существу (к итогам межреспубликанских конференций) // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. К. И. Чуковского. М., 1964. Вып. 3. С. 331–349.

Гиллиган К. Место женщины в жизненном цикле мужчины // Хрестоматия феминистских текстов. Переводы: Сб. науч. ст. / Под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкиной. СПб., 2000. С. 166–186.

Гриффитс Э. Детские стихи Роальда Даля изъяли из продажи за ненормативную лексику. URL: http://diletant.ru/news/ 21720 261/?sphrase_id=1274599. 2014.

Гуревич П. С. Философия культуры. М: Nota Bene, 2001. 352 с.

Гусейнаев А. А. Художественный перевод и наши невзгоды // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. Э. Ананишвили. М., 1974. Вып. 10. С. 34–46.

Де Моз Л. Психоистория: новая самостоятельная наука об исторической мотивации. Ростов: Феникс, 2000. 512 с.

Духова Л. И. Молодежная субкультура и культура современного общества // Ученые записки: электронный научный журнал Курского государственного университета. 2012. Т. 1, вып. 3 (23). С. 25–28.

Западов А. Творчество Хераскова. М.: РВБ, 2004. 80 с.

Каратаев М. Слово о Мухтаре Ауэзове // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. П. Г. Антокольского. М., 1962. Вып. 2. С. 227–237.

Кондаков А. Правовые раны: значение прав человека для геев и лесбиянок в России // Laboratorium Серия: Право. 2012. Вып. 4 (3). С. 84–104.

Коптилов В. И вширь, и вглубь... // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. А. Гатова. М., 1973. Вып. 9. С. 257–261.

Костецки И. Актуально ли барокко по сей день (по поводу переводов Льва Гинзбурга) // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. Э. Ананишвили. М., 1976. Вып. 11. С. 467–478.

Кочур Г. Шекспир на Украине // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. П. Г. Антокольского. М., 1966. Вып. 5. С. 26–59.

Кулакова Л. И. Жизнь и творчество Я. Б. Княжнина. М.: РВБ, 2004.

Лапшин А. О. Страны Восточной Европы существенно различаются, и это видно не только на примере прошлого, но и по событиям конца 1980-х годов // Советский Союз и страны Восточной Европы: эволюция и крушение политических режимов (середина 40-х – конец 80-х гг.). URL: http:// gkaf. narod.ru/kirillov/ref-liter/europe/20.html. 1991.

Левый И. Две главы из книги «Искусство перевода» // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. П. Г. Антокольского. М., 1966. Вып. 5. С. 440–469.

Липкин С. И. Перевод и современность // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. К. И. Чуковского. М., 1963. Вып. 3. С. 13–52.

Липкин М. А. Двадцать первый век по Гринвичу: Британия в поисках постимперской идентичности. Национализм в мировой истории: Сб. науч. ст. / Под ред. В. А. Тишкова, В. А. Шнирельмана. М: Наука, 2007. С. 122–143.

Литвинов Р. О русских переводах белорусской поэзии для детей // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. Э. Ананишвили. М., 1976. Вып. 11. С. 33–52.

Лорбер Дж., Фаррелл С. Принципы гендерного конструирования. Хрестоматия феминистских текстов. Переводы / Под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкиной. СПб., 2000. С. 187–192.

Лу Синь, Цюй Цю-бо. Переписка по поводу переводов // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. Э. Ананишвили. М., 1974. Вып. 10. С. 356–380.

Мецгер Б. М. Ранние переводы Нового Завета. Их источники, передача, ограничения М.: ББИ, 2002. 544 с.

Мкртчян Л. Поэзия в переводе // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. К. И. Чуковского. М., 1969. Вып. 6. С. 5–46.

Паймен А. Как я переводила Тургенева на английский // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. К. И. Чуковского. М., 1964. Вып. 4. С. 377–394.

Пеньковская А. В. История развития правовой охраны основных прав и свобод человека // Вестн. Самар. правовой академии. Серия: Право. 2013. Вып. 1 (13). С. 199–206.

Сахневич С. В. Клиентоориентированный перевод. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. 200 с.

Сахневич С. В. Отсутствие перспектив развития перевода как искусства в эру маркетинговой компании // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Серия: Филология. 2014. Т. 1, вып. 7 (37). С. 192–193.

Сахневич С. В. Уильям Тиндейл: на костер ради потребителя перевода // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Серия: Филология. 2014. Т. 2, вып. 9 (39). С. 151–154.

Суханов И. В. Обычаи, традиции и преемственность поколений. М.: Изд-во полит. лит., 1976. 216 с.

Фирсов А. «Библия сиречь книги Священного писания Ветхого и Нового Завета». URL: http://www.raruss.ru/slavonic/691-biblia-elizabeth.html. 2011.

Фокс Д. Книга мучеников. М: Изд-во Христианского библейского братства св. апостола Павла, 2009. 456 с.

Шатирян А. Яков Хачатрянц – переводчик армянской прозы // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. Э. Ананишвили. М., 1976. Вып. 11. С. 387–403.

Эткинд Е. Четыре мастера (Ахматова, Цветаева, Самойлов, Мартынов) // Мастерство перевода: Сб. науч. ст. / Под ред. К. И. Чуковского. М., 1970. Вып. 7. С. 29–68.

Arendt H. Le Système Totalitaire. Paris: Seuil, 1972. 320 с.

Asad T. The Inequality of Languages // Translation – Theory and Practice: a Historical Reader. Scien. Works Coll. / Edited by Daniel Weissbort and Astradur Eysteinsson. New York: 2006. P. 494–501.

Authorised (King James) Version of the Bible // Translation – Theory and Practice: a Historical Reader. Scien. Works Coll. / Edited by Daniel Weissbort and Astradur Eysteinsson. New York: 2006. P. 115–120.

Blyton E. Famous Five 01. Islamabad: Shahid Riaz, 2015. 65 p.

Blyton E. Famous Five 04. Islamabad: Shahid Riaz, 2015. 76 p.

Blyton E. Famous Five 06. Islamabad: Shahid Riaz, 2015. 55 p.

Blyton E. Famous Five 08. Islamabad: Shahid Riaz, 2015. 84 p.

Blyton E. Famous Five 13. Islamabad: Shahid Riaz, 2015. 72 p.

Bohannan L. Shakespeare in the Bush // Translation – Theory and Practice: a Historical Reader. Scien. Works Coll. / Edited by Daniel Weissbort and Astradur Eysteinsson. New York: 2006. P. 366–375.

Byrne J. Technical Translation: Usability Strategies for Translating Technical Documentation. Dordrecht: Springer, 2006. 295 p.

Douay-Rheims Bible – Large Size. – London, Oil City: Baronius Press Limited, 2008. 2061 p.

Cash P. Enid Blyton: the Famous Five Books. Leicester: English Association Primary Bookmarks, 2013. 20 p.

Dahl R. Charlie and the Chocolate Factory. New York: Alfred A. Knopf, 2001. 29 p.

Flood A. «Enid Blyton's Famous Five get 21st-century makeover». URL: http://www.theguardian.com/books/2010/jul/23/enid-blyton-famous-five-makeover. 2010.

Dewey J. Art as Experience. New York: Pedigree Books, 1980. 355 p.

Flotow L. Von. Feminist Translation: Contexts, Practices and Theories // TTR: Traduction, Terminologie, Redaction. The Canadian Historic Association: 1991. Vol. 4, № 2. P. 69–84.

Flotow L. Von. Gender and Translation // Companion to Translation Studies: Scien. Works Coll. / Edited by Kuhiwczak P., Littau K. Clevedon, Buffalo, Toronto: 2007. P. 92–105.

Lathey G. Censorship // Routledge Encyclopedia Translation Studies: Scien. Works

Coll / Edited by Baker M., Saldanha G. London and New York: 2009. P. 32–33.

Luther M. Open Letter on Translating. Hazleton: Pennsylvania State University, 1998. 20 p.

McCarthy E. J., Perreault W. D. Jr. Basic Marketing. Boston, Homewood: Irwin, 1990. 734 p.

O'Connell E. Screen Translation // Companion to Translation Studies: Scien. Works Coll. / Edited by Kuhiwczak P., Littau K. Clevedon, Buffalo, Toronto: 2007. P. 120–133.

Schaffner C. Politics and Translation // Companion to Translation Studies: Scien. Works Coll. / Edited by Kuhiwczak P., Littau K. Clevedon, Buffalo, Toronto: 2007. P. 134–147.

Schmid B. A Bucket or a Searchlight. Approach to Defining Translation? Fringe Phenomena and Their Implications for the Object of Study // Versatility in Translation Studies: Selected Papers of the Cetra Research Seminar in Translation Studies / Edited by Isis Herrero and Todd Klaiman. Vienna: 2011. P. 1–21.

Sela M. «Racist, anti-Semite, Hitler apologist: On Roald Dahl, hero of children's lit». URL: http://www.haaretz.com/life/books/.premium- 1.619451. 2014.

Sixtus V. The Authorised (King James) Version of the Bible // Translation – Theory and Practice: a Historical Reader. Scien. Works Coll. / Edited by Daniel Weissbort and Astradur Eysteinsson. New York: 2006. P. 115–119.

Stenzl C. Simultaneous Interpretation: Groundwork Towards a Comprehensive Model. London: Brickbeck College, University of London. 1983. 58 p.

Wagner E. Languages and translation. Clear Writing. Directorate General for Translation. September 10/1. European Commission. 27 c.

Материал поступил в редколлегию 27.02.2015

S. V. Sakhnevich

The Branch Office of MSHU named after M. I. Scholokhov in Balabanovo, Gagarina Street, Balabanovo, 249000, Russia

crash68@yandex.ru

TYPOLOGY OF TARGET LANGUAGE ADDRESSEE'S NEEDS AS RECONSTRUCTED THROUGH TRANSLATORS' PRONOUNCEMENTS

The author argues that social factors considerably influence the ways translation develops, since any event in people's lives, dividing them into subcultures and social groups, inevitably tends to split translation consumers into distinct readers' segments. Translators, however, seeing in translation history primarily the history of ideological contradictions between translators alone, neglect the necessity of adapting their translation strategies to the social and cultural typology of readers' groups regarding this adaptation as a kind of translator's whim rather than as a demand of the modern differentiated readership.

Keywords: addressee age differentiation, historical differentiation of addressee namings, politico-ideological and segment-oriented translation strategies, socio-cultural addressee differentiation, socio-cultural fragmentation, sociolectal addressee differentiation, sociolinguistic segmentation, subcultural addressee segments, tailor-made translation.